



Національний університет
водного господарства
та природокористування

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВОДНОГО ГОСПОДАРСТВА ТА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

Другого рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 Маркетинг

Галузі знань 07 Управління та адміністрування

Кваліфікація: магістр з маркетингу



ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова вченої ради

В.С. Мошинський

(протокол № 4 від 28 квітня 2017 р.)



Освітня програма вводиться в дію з 01.09.2017 р.

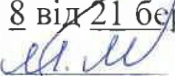
Ректор В.С. Мошинський

(наказ № 223 від "28" квітня 2017 р.)



**ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ
ПІДГОТОВКИ МАГІСТРА ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ
075 «МАРКЕТИНГ»**

**Схвалено на засіданні науково-методичної комісії за спеціальністю 075
«Маркетинг» Національного університету водного господарства та
природокористування**
Протокол № 4 від 31 березня 2017р.

Розглянуто на засіданні кафедри маркетингу
Протокол № 8 від 21 березня 2017 р.
Зав.кафедри  М.В. Мальчик

Розроблено робочою групою у складі:

1. **Мальчик Мар'яна Василівна** – д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу НУВГП
2. **Попко Олена Володимирівна** – к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу НУВГП
3. **Мартинюк Оксана Володимирівна** – к.е.н., доцент кафедри маркетингу НУВГП



1. Профіль освітньої програми зі спеціальності 075 «Маркетинг» (за спеціалізацією «»)

1. Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Національний університет водного господарства та природокористування, навчально-науковий інститут економіки та менеджменту
Ступінь вищої освіти та назви кваліфікації мовою оригіналу	Другого рівня вищої освіти Кваліфікація: магістр з маркетингу Назва професійної кваліфікації у випадку її присвоєння за освітньою програмою відповідно до професійного стандарту
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів, термін навчання 1,4 роки
Наявність акредитації	Сертифікат НД-IV № 1881546 відповідно до рішення ДАК від 02.03.2017 прот. № 124, наказ МОН України від 13.03.2017 № 375. Термін дії до 01.07.2022 р.
Цикл/рівень	Національна рамка кваліфікацій України - 7 рівень, другий магістерський рівень. Рамка кваліфікацій Європейського простору вищої освіти FQ-EHEA – другий цикл, (Secondcycle). Європейська рамка кваліфікацій для навчання впродовж життя EQF LLL – 7 рівень, (level 7)
Передумови	Наявність ступеню бакалавр, ОР «спеціаліст»
Мова(и) викладання	українська
Термін дії освітньої програми	2016-2018 рр.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	Офіційний веб-сайт Національного університету водного господарства та природокористування www.nuwm.edu.ua
2. Мета освітньої програми	
Підготовка висококваліфікованих фахівців з маркетингу, які володіють інноваційним способом мислення, відповідними компетентностями, необхідними для ефективного управління маркетинговою діяльністю підприємств та організацій, здатні застосовувати отримані знання в наукових дослідженнях проблем розвитку теорії та практики маркетингу.	
3. Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	07 Управління та адміністрування. 075 Маркетинг
Орієнтація освітньої	Освітньо-професійна

<p>програми</p> <p>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</p>	<p>Загальна програма – «Маркетинг». Акцент на критичному осмисленні та системному маркетинговому аналізі результатів власних досліджень та здобутків вітчизняних та зарубіжних дослідників для прийняття обґрунтованих стратегічних маркетингових рішень.</p>
<p>Особливості програми</p>	<p>Особливості освітньої програми полягають у наступному:</p> <ul style="list-style-type: none"> - програма виконується в активному дослідницькому середовищі; - підготовка сучасного фахівця з маркетингу, здатного до роботи у сферах торгівлі, виробництва, фінансів, реклами, електронної комерції та консалтингу; - оволодіння інструментами дослідження ринку за допомогою ІТ-технологій; - академічна мобільність студентів; - безкоштовні фахові тренінги з актуальних проблем маркетингу та логістики; - застосування сучасних універсальних та спеціалізованих інформаційних систем, програмних продуктів та моделей; - участь у зарубіжних науково-практичних конференціях.
<p align="center">4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</p>	
<p>Придатність до працевлаштування</p>	<p>Працевлаштування здійснюється на підприємствах будь-якої організаційно-правової форми (комерційних, некомерційних, державних, муніципальних), у яких випускники працюють як керівники, заступники керівників функціональних підрозділів (маркетингу, реклами та зв'язків з громадськістю, матеріально-технічного постачання), керівники науково-дослідних підрозділів та підрозділів з науково-технічної підготовки виробництва, керівники малих підприємств без апарату управління в оптовій та роздрібній торгівлі тощо; менеджери в торгівлі, готелях та закладах ресторанного господарства, менеджери з реклами; менеджери з досліджень ринку, вивчення суспільної думки, консультацій з питань комерційної діяльності та управління; менеджери з надання послуг юридичним особам (консалтинг-менеджери); професіонали в галузі економіки (економісти); професіонали в сфері Інтернет-маркетингу (таргетингу, SEO, SMM, E-mail-маркетингу).</p> <p>Посади: науковий співробітник, викладач вищого (середнього) навчального закладу; консультант з питань комерційної діяльності й управління маркетингом; комерційний директор; головний економіст; фахівець з державних закупівель; фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог); фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку; економіст з договірних та претензійних робіт; економіст з матеріально-технічного забезпечення; економіст із ціноутворення; консультант з економічних</p>

?



?

?

?

?

?

?

?

?

сучасного маркетингу на відповідному рівні.(ЗК – 7).

8. Навички здійснення безпечної діяльності (ЗК – 8).

9. Здатність працювати з дотриманням морально- етичних принципів, застосовувати сучасні методики викладання у вищій школі та методи управлінського впливу (ЗК – 9)

10. Спроможність провадити дослідження, пошук, оброблення інформації з метою розроблення різноманітних стратегії маркетингу в цілому і брендингу зокрема (ЗК – 10).

**Фахові (спеціальні)
компетентності
спеціальності (СК)**

1. Бути обізнаним із найновішими теоріями, інтерпретаціями, методами і практичними прийомами маркетингу. (СК – 1)

2. Здатність критично інтерпретувати результати останніх теоретичних та практичних досліджень у сфері маркетингу.(СК – 2)

3. Здатність проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у предметній області маркетингу.(СК – 3)

4. Здатність демонструвати творчий підхід до роботи за фахом.(СК – 4)

5. Здатність до діагностування різних аспектів маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. (СК – 5)

6. Здатність до визначення комплексу ефективних засобів управління маркетинговою діяльністю.(СК – 6)

7. Здатність розробляти маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків; володіння навичками оптимізації бізнес-процесів на підприємстві. (СК – 7)

8. Здатність до управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі, забезпечення позитивного іміджу підприємства, організації, закладу. (СК – 8)

9. Здатність управляти проектами та реалізовувати їх результати в сфері маркетингової діяльності, застосування системи методів та алгоритмів антикризового управління. (СК-9)

10. Здатність зробити внесок у розвиток теорії та практики маркетингу. (СК-10)

11. Вміння готувати, презентувати та оприлюднювати результати наукових робіт у сфері сучасного маркетингу та застосовувати знання з педагогіки і психології у навчально-виховному процесі у вищих навчальних закладах освіти.(СК-11)



7. Програмні результати навчання

1. Читати професійно спрямовані тексти іноземною мовою з максимальним вилученням необхідної інформації з прочитаного **(ПРН – 1)**;
2. Знати методологічні основи сучасної методики викладання у вищій школі та методи педагогічного впливу на особу студента **(ПРН – 2)**;
3. Встановлювати маркетингові стратегічні цілі підприємства та здійснювати маркетинговий стратегічний аналіз **(ПРН – 3)**;
4. Формувати відповідні різновиди маркетингових стратегій підприємства та розробляти плани реалізації маркетингової стратегії **(ПРН – 4)**;
5. Аналізувати й розробляти різноманітні стратегії брендингу та створювати архітектуру брендингу підприємства **(ПРН – 5)**;
6. Здійснювати аналіз зібраної інформації та володіти методологією та критеріями оцінки отриманих результатів аналізу **(ПРН – 6)**;
7. Проводити SWOT- аналіз маркетингової діяльності підприємства **(ПРН – 7)**;
8. Знати законодавчу і нормативно-правову базу з охорони праці, систему управління охороною праці на підприємстві **(ПРН – 8)**;
9. Застосовувати наукові підходи та методи для розробки креативних інноваційних проектів у сфері управління маркетингом підприємства **(ПРН – 9)**;
10. Застосовувати теоретичні знання і використовувати практичні навички у галузі управління рекламною діяльністю **(ПРН – 10)**;
11. Формувати та обґрунтовувати стратегії розвитку товарної політики підприємства, використовуючи сучасні прийоми й методи стратегічного планування **(ПРН – 11)**;
12. Визначати фактори конкурентоспроможності нового товару та здійснювати оцінювання та відбір перспективних ідей нових товарів **(ПРН – 12)**;
13. Формувати цілі логістичного менеджменту підприємства та способи їх досягнення та здійснювати аналіз і контроль логістичної діяльності підприємства **(ПРН – 13)**;
14. Розробляти логістичні стратегії для різних за видами діяльності підприємств та проводити логістичний аудит підприємства **(ПРН – 14)**;
15. Організовувати роботу маркетингової служби підприємства та створювати необхідні умови для успішної реалізації маркетингового менеджменту **(ПРН – 15)**;
16. Формулювати маркетингову місію і стратегію підприємства та проводити аудит маркетингової діяльності; аналізувати результати маркетингової діяльності **(ПРН – 16)**;
17. Проводити рекламні компанії на зовнішньому ринку та заходи щодо стимулювання збуту та планувати асортимент та контролювати якість продукції **(ПРН – 17)**;
18. Здійснювати глибокий комплексний аналіз сучасного стану маркетингу підприємства на зовнішніх ринках та характер впливу учасників зовнішнього середовища **(ПРН – 18)**;
19. Будувати внутрішні відносини (внутрішній маркетинг) в організації та визначати моделі управлінських відносин **(ПРН – 19)**;
20. Оцінювати взаємовигідний економічний ефект взаємодії підприємств



Національний університет
водного господарства та природокористування

(ПРН – 20);

21. Обирати напрям науково-дослідної роботи та обґрунтовувати актуальність досліджень, визначати зміст і структуру предмета та об'єкта дослідження, формулювати мету та завдання (ПРН – 21);

22. Використовувати загальні та спеціальні методи дослідження у сфері маркетингу та правильно оформлювати результати наукових досліджень (ПРН – 22).

8. Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення

Відповідно ліцензійних вимог, затверджених постановою Кабінету міністрів України від 30 грудня 2015р. № 1187 «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти». Специфічні характеристики кадрового забезпечення наведені у Ліцензійній справі.

Навчально-виховний процес в університеті здійснюється висококваліфікованим професорсько-викладацьким складом, здатним проводити навчання та виховання студентів на рівні сучасних вимог. Професійно-орієнтована підготовка студентів виконується на випусковій кафедрі маркетингу.

Матеріально-технічне забезпечення

Забезпеченість навчальними приміщеннями, комп'ютерними робочими місцями, мультимедійним обладнанням відповідає потребі.

Наявна вся необхідна соціально-побутова інфраструктура, кількість місць в гуртожитках відповідає вимогам.

Для забезпечення навчального процесу наявні спеціалізовані навчально-наукові лабораторії кафедри маркетингу та інших кафедр.

Інформаційне та навчально-методичне забезпечення

Забезпеченість освітньої-професійної програми підготовки магістрів з маркетингу здійснюється відповідно до умов ліцензування та акредитації ВНЗ (Постанова КМУ від 30.12.2015 р. №1187), зокрема, при наявності:

- навчально-методичних комплексів дисциплін (у тому числі електронні версії); лабораторії інформаційних технологій;

- фахових кабінетів/лабораторій (на вибір навчального закладу); пакетів спеціалізованих прикладних ліцензованих програм, бібліотечного фонду фаховими, у т.ч. міжнародними, періодичними виданнями та інтернет-ресурсами

Забезпечення доступу здобувачів вищої освіти до Інтернет-ресурсу та використання пакетів спеціалізованих прикладних ліцензованих програм, обладнання аудиторій сучасними засобами навчання.

Навчальні ресурси:

- цифровий репозиторій НУВГП;



- доступ до електронних журналів;
- доступ до електронних бібліотечних ресурсів світу;
- доступ до електронного навчального середовища Moodle;
- технологічне і матеріально-технічне забезпечення освітнього процесу

9. Академічна мобільність

Національна кредитна мобільність	<p>Індивідуальна академічна мобільність реалізується у рамках міжуніверситетських договорів про встановлення науково-освітніх відносин для задоволення потреб розвитку освіти і науки.</p> <p>До керівництва науковою роботою здобувачів можуть бути залучені провідні фахівці університетів України на умовах індивідуальних договорів.</p> <p>Допускається перезарахування кредитів, отриманих у інших університетах України, за умови відповідності їх набутих компетентностей.</p>
Міжнародна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між НУВГП та навчальними закладами країн-партнерів.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти проводиться на загальних умовах з додатковою мовною підготовкою.



2. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент ОПП

№ з/п		Розподіл за семестрами				Кількість кредитів ECTS
		Екзамени	Заліки	Курсові		
				проекти	роботи	
І. Цикл загальної підготовки						
1	Іноземна мова професійного спілкування	10				3
2	Педагогіка та методика викладання у вищій школі		9			3
3	Стратегічний маркетинг	9				4
4	Бренд-менеджмент	10				4
5	Маркетинг відносин		10			4
6	Маркетинговий аналіз		10			4
7	Охорона праці в галузі	9				3
8	Інтелектуальний капітал		9			3
	Всього					28
II. Цикл професійної підготовки						
1	Логістичний менеджмент	10			10	5
2	Маркетинговий менеджмент	10				6
3	Методологія наукових досліджень		9			3
4	Міжнародний маркетинг		10			5
5	Виробнича і переддипломна практика		11			15
6	Підготовка магістерської дипломної роботи					15
	Всього					49
2. Навчальні дисципліни вільного вибору						
7	Рекламний менеджмент	9				3
8	Товарна інноваційна політика	9				4
9	Спецкурс за вибором		9..10			6
	Всього					13

2.2. Структурно-логічна схема ОП

Структурно-логічна схема підготовки магістрів за спеціальністю 075 «Маркетинг» є складовою освітньої програми, що визначає логічну послідовність вивчення навчальних дисциплін, а також погодження їх змісту за темами в часі. Розроблена для другого (магістерського) рівня вищої освіти згідно з

кваліфікаційними вимогами до видів професійної діяльності. Структурно-логічна схема підготовки магістрів за спеціальністю 075 «Маркетинг» сформована з урахуванням взаємозв'язку між дисциплінами, практиками і підсумковою атестацією другого (магістерського) рівня вищої освіти.

Шифр навчальної дисципліни	Назва навчальної дисципліни	Шифр навчальної дисципліни, що передуює
I. Цикл загальної підготовки		
ЗП 1	Іноземна мова професійного спілкування	Дисципліни бакалаврського рівня ЗП 4, ЗП 5, ЗП 22
ЗП 2	Педагогіка та методика викладання у вищій школі	Дисципліни бакалаврського рівня ЗП 1, ЗП 2
ЗП 3	Стратегічний маркетинг	ППЗ
ЗП 4	Бренд-менеджмент	ЗПЗ, ЗП8, ППЗ, ВВ1
ЗП 5	Маркетинг відносин	Дисципліни бакалаврського рівня ЗП 8, ПП1, ПП8
ЗП 6	Маркетинговий аналіз	Дисципліни бакалаврського рівня ЗП 8, ЗП4, ЗП6, ПП10, ПП15
ЗП 7	Охорона праці в галузі	ЗП2
ЗП 8	Інтелектуальний капітал	ЗПЗ, ЗП8, ППЗ, ВВ2
II. Цикл професійної підготовки		
ПП 1	Логістичний менеджмент	ЗПЗ, ЗП8, ППЗ, ВВ2
ПП 2	Маркетинговий менеджмент	ЗПЗ, ЗП8, ППЗ, ВВ2
ПП 3	Методологія наукових досліджень	Дисципліни бакалаврського рівня ЗП8, ППЗ,
ПП 4	Міжнародний маркетинг	ЗПЗ, ЗП8, ППЗ, ВВ2
ПП 5	Виробнича переддипломна практика	ЗП6, ППЗ
ПП 6	Підготовка магістерської дипломної роботи	ЗП6, ППЗ, ПП5,
ВВ1	Рекламний менеджмент	Дисципліни бакалаврського рівня ПП8, ПП18 ЗП4, ЗП5
ВВ2	Товарна інноваційна політика	Дисципліни бакалаврського рівня ЗП 8, ВВ1, ВВ2,
ВВ3	Спецкурс за вибором	ЗПЗ, ЗП8, ППЗ, ВВ2

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньо-професійної програми спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі публічного захисту (демонстрації) магістерської дипломної роботи за спеціальністю у порядку встановленому



внутрішніми нормативними документами НУВГП та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження йому ступеня магістра із присвоєнням кваліфікації: магістр з маркетингу.



Національний університет
водного господарства
та природокористування

**4. Матриця відповідності визначених стандартом результатів навчання та компетентностей зі спеціальності
075 «Маркетинг»**

Програмні результат и навчання	Компетентності																					
	Інтегральна компетентність	Загальні компетентності										Спеціальні (фахові) компетентності										
		ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	ЗК9	ЗК10	СК1	СК2	СК3	СК4	СК5	СК6	СК7	СК8	СК9	СК10	СК11
ПРН1	+							+			+											
ПРН2	+							+		+												
ПРН3	+				+																	
ПРН4	+			+																		
ПРН5	+										+											
ПРН6	+	+	+			+	+				+											
ПРН7	+	+		+		+					+											
ПРН8	+		+			+			+													
ПРН9	+		+		+		+	+														
ПРН10	+											+		+								
ПРН11	+												+		+		+					
ПРН12	+											+	+		+		+					
ПРН13	+														+			+				
ПРН14	+														+				+	+		
ПРН15	+											+				+			+		+	+
ПРН16	+																			+	+	
ПРН17	+													+					+			
ПРН18	+																+					
ПРН19	+																	+		+		
ПРН20	+												+					+				
ПРН21	+															+						
ПРН22	+														+	+	+				+	+

5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними компонентами освітньої програми

Програмні компетентності, якими повинен оволодіти здобувач	Шифр дисциплін відповідно до навчального плану																
	ЗП1	ЗП2	ЗП3	ЗП4	ЗП5	ЗП6	ЗП7	ЗП8	ПП1	ПП2	ПП3	ПП4	ПП5	ПП6	ВВ1	ВВ2	ВВ3
ПРН1	+	+		+	+	+											
ПРН2	+	+			+	+		+									
ПРН3			+					+									
ПРН4			+		+	+											
ПРН5	+	+		+		+											
ПРН6	+	+		+	+	+	+	+									
ПРН7	+	+	+	+	+	+	+										
ПРН8					+	+	+	+									
ПРН9	+	+	+		+	+	+	+									
ПРН10									+			+			+	+	+
ПРН11									+	+	+	+	+	+	+	+	
ПРН12									+	+	+	+	+	+	+	+	+
ПРН13									+	+	+				+	+	
ПРН14									+	+	+		+		+	+	
ПРН15										+					+	+	+
ПРН16									+	+	+		+	+			+
ПРН17									+	+		+			+		
ПРН18										+	+	+	+	+	+	+	
ПРН19									+	+	+					+	
ПРН20									+	+	+				+	+	
ПРН21										+	+		+	+			+
ПРН22										+	+	+	+	+	+	+	+



6. Прикінцеві положення

Освітньо-професійна програма оприлюднюється на сайті університету до початку прийому на навчання до університету відповідно до Правил прийому. Відповідальність за впровадження освітньої програми та забезпечення якості вищої освіти несе завідувач випускової кафедри за спеціальністю. Зміни і доповнення до освітньо-професійної програми вносяться за рішенням Вченої ради університету.



Національний університет
водного господарства
та природокористування